探究大数据背景下新媒体和传统媒体的融合发展

摘　要：随着大数据技术的不断发展，互联网的普及以及技术的不断成熟，新媒体的出现已成为媒体发展的必然趋势。新媒体的快速发展对传统媒体产生了巨大影响，传统媒体的转型已成为一个不可避免的问题。因此，新媒体与传统媒体的融合是一项非常重要的任务，也是当前形势下媒体发展的必然结果。本文简要介绍了新媒体以及对媒体融合优势的一般分析，针对中国媒体融合的现状，对新媒体与传统媒体融合策略进行了一系列探究。

关键词：大数据；新媒体；传统媒体；媒体融合
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）11-039-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.11.001

文 / 单丹

目前，大数据技术和新媒体技术不断发展和扩展，新型信息传播和信息交换方式正在逐步发生变化。新媒体的出现给人们的生活带来了巨大的变化。但是，传统媒体的权威性、公正性和严谨性仍然牢牢存在于媒体消费者中。新媒体的发展必须依赖传统媒体。因此，新媒体与传统媒体的融合是媒体发展的重要问题。大数据时代背景下做好媒体融合工作可以更好地实现媒体行业的可持续发展。

1. 关于新媒体的概述

1.1 新媒体的概念及特点

新媒体的概念最初由哥伦比亚广播电视网技术研究所的 Long Goldmark 提出。但到目前为止，还没有对新媒体概念的准确定义。一些当前期刊中也有“新媒体”专栏，数字电视、移动电视、移动媒体、博客、播客等，因此，“新媒体”更像是一种可以为媒体消费者提供个性化内容的媒介。

大数据时代的新媒体有两个截然不同的特征：首先，它可以完全承载传统媒体携带的媒体形式，如文字、图像、视频、音频等；第二，它与媒体的受众具有互动性，媒体的收视终端、节目传输的载体、收看节目的形式都与传统不同。

1.2 新媒体的基本类型

新媒体主要包括门户网站、电子邮件、搜索引擎、虚拟社区、在线游戏、博客、播客、微信、手机短信、手机电视、互联网电视，数字电视，手机报，网络杂志等类型。其中，一些属于新媒体形式，一些属于新媒体软件，另一些属于新媒体硬件和新媒体服务。

2. 大数据时代我国媒体融合现状

在以大数据作为背景的媒体发展主要呈现出一种新媒体与传统媒体相融合的现象，媒体的融合发展成为了媒体行业的重要任务。根据我国当下的媒体融合现状，媒体融合这一重要工作仍存在较多问题，尤其是对新媒体与传统媒体融合的意义以及重要性的领悟上存在缺陷。首先，有极大一部分媒体工作者对于媒体融合的目标不清晰，阻碍了媒体融合的高速发展；其次，媒体工作者对大数据时代的认识较为欠缺，对大数据技术的掌握不到位，媒体工作者的综合能力水平需要提高；最后，对媒体融合的管理体系、管理制度等不够完善，需要进一步加强和改进，对传统的管理模式做出适当、有效的调整。

3. 传统媒体与新媒体融合的优点

3.1 实现媒体资源共享化

在传统媒体与新媒体融合的过程中，可以共享媒体资源，最大限度地利用有限的新闻资源。在统一目标的指导下，传统媒体和新媒体可以最大限度地实现资源共享，开发和整合。两者相互协作，产生媒体融合的效益高于两者单独效益之和的效果。这样可以将共享资源利用到极致，有利于最大限度地开拓媒体消费市场。以我国湖南卫视与淘宝网的合作为例子，湖南卫视的各种合作品牌，以及湖南卫视旗下的知名艺人的周边衍生品、湖南卫视知名节目品牌的周边衍生品都可在淘宝网上进行销售。这一合作不仅拓宽了湖南卫视产品的销售渠道，创造了十分可观的收益，而且，在共同筹备的电视综艺节目中，也为淘宝网提供了十分优秀的广告效应，并为淘宝网注入了相当多的娱乐元素与时尚气息，为淘宝网树立了电商形象。

3.2 产品形态多元化

媒体融合发展至今，早已经跳出“报网融合”这一基本形式的原有范围，进入媒体产品形态的多样化趋势中。将传统媒体文本和图像发展为视频、音频，甚至全新的 4D 感官体验。报纸二维码、有声报纸、三维报纸等，以及 iPad 终端媒体、微博、微信、QQ、社交网站、社交平台、网络电视等不同媒体，不同的移动终端以及不同的互联网平台将媒体融合产品形态多元化发挥到了极致，传统的媒体几乎被全部涉及。

3.3 融合载体全面数字化

推动媒体融合的一种十分重要的因素就是大数据时

代的到来，科技的迅猛发展尤其是互联网的飞速发展，网络技术的不断发展和完善为媒体融合提供了重要保障。大数据时代的更新时刻影响着媒体行业的发展，会对媒体受众的需求造成影响。每一个软件的发布都会引来各种各样的媒体对象的追捧，微信作为我国目前相当成功的一个 APP 而言，它每次推出新的功能都会成为当日的新闻头条或者搜索热点，同时它也会对受众群体的需求造成影响，即使改变了观众的需求，观众也有媒体形式的新需求，尤其是对媒体信息内容的需求。

4. 大数据时代传统媒体与新媒体融合的策略

4. 1 明确媒体融合的方向

2014 年 8 月 18 日，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》明确指出，要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律。要将技术建设和内容建设摆在同等重要的位置。

4. 2 对媒体工作者全媒体能力进行提升

在大数据时代中，因为信息传播、交流渠道飞速的发展与更新，受众需求也在不断变化中，面对不断增长的观众需求，媒体工作者必须具备媒体工作的多样性。在这个多途径获取信息的时代之下，要想满足受众的各种需求，就必须以受众为本，加强对媒体产品针对性与时效性的建设。媒体工作者应该努力学习专业知识，提高自身的职业素质水平，对原有的媒体知识结构进行更新与完善，及时更新工作理念，对语言技巧等方面有较为多元化、灵活化的掌握，并对新媒体技术进行学习并不断实践，能够熟练掌握新媒体的相关设备的性能以及使用技术，立足实际，及时抓住时代机遇，为满足受众的需求而不断努力，进而向受众提供更完善更好的服务。对传统媒体进行系统全面的优势分析，准确把握传统媒体的实质，结合全媒体的要求以及大数据的时代特点，此外，与新媒体的高效和准确集成可以有效地将传统媒体与新媒体相结合。

4. 3 加强传统媒体与新媒体的互动

我国的传统媒体虽然正在逐步弱化，传统媒体的缺点也愈发明显，但是，依旧存在许多值得赞扬和学习的地方。在大数据时代下，新媒体的发展呈现出高效率、媒体形式多种多样以及内容的丰富多样性和灵活多变性等优势。加强传统媒体与新媒体的互动，可以极大地促进媒体融合进程，充分利用大数据时代的技术，对传统媒体的印刷版、网页版与新时代的平板电脑、智能手机进行有效融合，做出满足受众需求的、具有创新性的、功能齐全的媒体平台，积极建设媒体的多样性以及媒体品牌的影响力。

4. 4 对信息、传播渠道进行融合

第一，对信息渠道进行融合。受大数据技术的影响，媒体信息渠道从以往的电脑 PC 端逐渐向智能手机端转移。网络是新媒体当下的主要传播渠道，但从新媒体的未来发展形势来看，新媒体的信息渠道发展更偏向于智能手机等移动终端。照片、视频的拍摄作为现代智能手机的一项基本功能，智能手机拍摄照片及视频的清晰度以及照片及视频的色彩处理技术完全满足网络传播的要求。对信息渠道进行融合是增强媒体信息的互动性以及媒体信息话语权的重要途径。

第二，对传播途径进行融合。在这个被网络所渗透和覆盖的当今社会，媒体借助网络这一极具包容性的渠道进行传播和发展。成熟的科学技术为媒体的有效传播提供了技术支持。在传统媒体和新媒体的融合中，应该建立更容易被观众接受的媒体形式。例如：网络视频、音频、图像等。

4. 5 对媒体资源进行整合、经营模式进行创新

信息内容的建设作为传统媒体的一大优势，大数据时代的新技术作为新媒体的一大优势，对两大优势进行资源整合，通过强有力的优势拼接，在既满足传统媒体优势也满足新媒体优势的情况下，传统媒体与新媒体的融合可以有效弥补自身的不足，同时提高媒体的灵活性。此外，媒体商业模式的创新也是一项非常重要的任务。第一，在投放广告时做到定位精准，根据不同受众的不同需求进行广告创新、定价以及发放；第二，可进行付费阅读尝试，保障付费阅读的新闻价值，对付费阅读的新闻内容进行挖掘深究，可提高媒体行业的经济收益；第三，以大数据技术为基础，对技术、资源进行充分利用，提高媒体的权威性、先进性以及媒体的影响力。

总之，在大数据时代，新媒体与传统媒体的融合是媒体发展的必然过程。只有明确媒体融合的目的，提高媒体工作者的全媒体能力，并对媒体渠道进行有效的融合，才能真正促进媒体行业良好高速的发展。媒

参考文献

[1] 吴兆函 . 大数据背景下传统媒体与新媒体融合策略探讨 [J]. 中国报业，2017（24）.

[2] 张苏秋，顾江 . 大数据时代传统媒体与新媒体融合的特征、动力与路径 [J]. 现代经济探讨，2015（11）.

[3] 王勇 . 大数据背景下传统媒体与新媒体融合 [J]. 中国传媒科技，2018（4）.

[4] 黄晓新，刘建华，卢剑锋 . 中国传媒融合创新现状、问题与趋势 [J]. 中国传媒科技，2017（4）.

（作者单位：沈阳音乐学院）